

Páginas del Principado

Presentación y objetivos del proyecto:

Páginas del Principado comienza su actividad en el año 2009, irrumpiendo con fuerza en el mercado de las guías de empresas en Asturias, y llegando a convertirse en toda una referencia en el sector dentro de la provincia. La idea partió tras detectar una creciente insatisfacción con las opciones de directorios telefónicos existentes hasta aquel año, en general, por motivos de coste, servicio, calidad u opciones de contratación, e incluso por sus imposiciones normativas y económicas.

Páginas del principado es una **empresa 100% asturiana**, con un equipo humano de total confianza y amplia experiencia en el sector que ha conseguido comercializar un nuevo directorio, rentable desde su primera edición, tomando como referencia a cliente y usuario, y estableciendo con ellos una relación de total **confianza y claridad**.

Tras el primer año de actividad, en 2010, recibe el "Premio del Excmo. [Ayuntamiento de Gijón](#) al Mejor Proyecto Empresarial", y la popularidad de la marca comienza a expandirse por la provincia, hasta resultar un producto familiar y presente en el tejido empresarial del Principado.

El Producto:

En Internet:

Páginas del Principado somete a su buscador (www.paginasdelprincipado.es) a un continuo desarrollo, sujeto a las innovaciones y tendencias en los métodos de búsqueda de las plataformas con más relevancia de la red. La voz de clientes y usuarios es una pieza fundamental en este proceso, ya que de su satisfacción depende el éxito de las búsquedas, y por ese motivo la comunicación y la cercanía con ellos es uno de los principales valores de la empresa.

Desde finales de 2012, Páginas del Principado comenzó a comercializar el desarrollo de sitios web para sus clientes, ofreciendo una forma barata y atractiva de asegurar su presencia en la red, algo fundamental hoy en día para la mayor parte de los negocios.

En papel:

Se aporta gran calidad al soporte físico, con un **papel interior blanco** y con un **gramaje superior** al de la competencia, lo que aporta más realismo a los colores que se utilizan en la impresión, resulta más agradable al tacto y tiene una apariencia estética más atractiva, tal y como demandan sus anunciantes, convirtiéndose en una **"guía más limpia"** que facilita la búsqueda al usuario.

Política comercial:

Su **política comercial** es **transparente** y mantiene una **política de precios clara**. En su web están publicadas las **tarifas** anuales, que son atractivas y realistas, **ajustadas a la economía local**, subsanando el disgusto de los clientes con otros soportes debido a sus altas tarifas y la complicada política de descuentos, que conducen a grandes diferencias en el mismo producto para distintos clientes. La cercanía, el respeto en el trato y la sinceridad con los clientes, han sido el vehículo principal para forjar una confianza que hoy supone una de las principales señas de identidad de la empresa.